



Schüssler 2008

## Publizieren im Elfenbeinturm?

Wann die Öffentlichkeit an akademischen Rankings interessiert sein muss.

Von Klaus F. Zimmermann\*

Bewertungen der Intensität und der Qualität der Leistungen universitärer und außeruniversitärer Forschungseinrichtungen werden üblicherweise durch Rankings von Publikationen in Fachzeitschriften vorgenommen. Sie sind ein Steuerinstrument, da sie direkt oder indirekt mit der Wertschätzung und Finanzierung der Einrichtung oder der betrachteten Personen (also mit Evaluationen) zu tun haben. Sie sind deshalb für die Betroffenen von großer Bedeutung. Betrachtet wird die Zahl der Fachartikel, häufig gewichtet mit der Qualität der Fachzeitschriften, der Länge der Arbeiten und der Anzahl der Autoren. Andere Analysen stützen sich auf die Zahl der Zitate, die die Publikationen erworben haben. Sie reflektieren am besten die Akzeptanz der Forschung.

Rankings und Evaluationen beschäftigen derzeit wieder Fachtagungen der Leibniz-Gemeinschaft, der die großen deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute angehören, sowie den Verein für Socialpolitik, die Landesorganisation der Ökonomen. Das Handelsblatt publiziert dazu ein eigenes Ökonomenranking. Ein esoterisches Glasperlenspiel im akademischen Elfenbeinturm, das Öffentlichkeit und Politik bestenfalls zur Unterhaltung dienen sollte? Nicht zwingend. Auf diesem Wege kann das Wissenschaftssystem leistungsfähig und international wettbewerbsfähig gehalten werden. Gute wirtschaftspolitische Entscheidungen bedürfen einer breit gesicherten wissenschaftlichen Basis. Das zwingt die Wirtschaftsforschungsinstitute zu Recht in den akademischen Wettbewerb, aber auch die Universitäten zu der Aufgabe, empirisch verwertbare Ergebnisse zu liefern.

Die gehandelten Maßzahlen haben aber häufig Mängel, die sie zu Spielereien werden lassen: Sie folgen nicht dem internationalen Standard des Social Sciences Citation Index, das heißt die betrachteten Fachzeitschriften sind sehr selektiv ausgewählt und diskriminieren ganze Forschergruppen, insbesondere wenn sie interdisziplinär arbeiten. Die dabei vorgenommenen Gewichtungen sind problematisch. So werden Spitzenjournale, die viel zitiert werden, hoch bewertet. Dies ignoriert aber die Evidenz, dass die besten Arbeiten in Mittelklassejournalen um ein Vielfaches besser zitiert werden, als die weniger beachteten in Topjournalen. Dazu kommt, dass nationale, wirtschaftspolitisch relevante Fragen meistens nicht „top“ (sprich international) publizierbar sind, weil sie kein breites Interesse finden.

Folglich wird wirtschaftspolitisch relevante Forschung durch die meisten empirischen Rankings diskriminiert. Sie stellen damit keine geeignete Meßplatte dar, die die breite Öffentlichkeit mehr als unterhaltsam finden muss, solange sie sich nicht auf Zitate stützt.

\* Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann ist Präsident des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung.

**Impressum**

DIW Berlin  
Mohrenstraße 58  
10117 Berlin  
Tel. +49-30-897 89-0  
Fax +49-30-897 89-200

**Herausgeber**

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann  
(Präsident)  
Prof. Dr. Tilman Brück  
Dr. habil. Christian Dreger  
Prof. Dr. Claudia Kemfert  
Prof. Dr. Viktor Steiner  
Prof. Dr. Gert G. Wagner  
Prof. Dr. Christian Wey

**Redaktion**

Kurt Geppert  
PD Dr. Elke Holst  
Carel Mohn  
Vanessa von Schlippenbach  
Manfred Schmidt

**Pressestelle**

Renate Bogdanovic  
Tel. +49 – 30 – 89789–249  
presse@diw.de

**Vertrieb**

DIW Berlin Leserservice  
Postfach 7477649  
Offenburg  
leserservice@diw.de  
Tel. 01 805–19 88 88, 14 Cent./min.  
Reklamationen können nur innerhalb  
von vier Wochen nach Erscheinen des  
Wochenberichts angenommen werden;  
danach wird der Heftpreis berechnet.

**Bezugspreis**

Jahrgang Euro 180,–  
Einzelheft Euro 7,–  
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer  
und Versandkosten)  
Abbestellungen von Abonnements  
spätestens 6 Wochen vor Jahresende  
ISSN 0012-1304  
Bestellung unter leserservice@diw.de

**Satz**

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

**Druck**

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –  
auch auszugsweise – nur mit  
Quellenangabe und unter Zusendung  
eines Belegexemplars an die Stabs-  
abteilung Kommunikation des DIW  
Berlin (Kundenservice@diw.de)  
zulässig.

Gedruckt auf  
100 Prozent Recyclingpapier.